

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ УКРАИНЫ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ХАРЬКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «УПРАВЛЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ»

для студентов специальностей
8.18010012 «Управление инновационной деятельностью»,
8.03060102 «Менеджмент инновационной деятельности» дневной и заочной
форм обучения экономического факультета
обучения экономического факультета

Утверждено редакционно-
издательским советом университета,
протокол №2 от 25.06.15.

Харьков
НТУ «ХПИ»
2015

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Управление потенциалом предприятия» для студентов специальностей 8.18010012 «Управление инновационной деятельностью», 8.03060102 «Менеджмент инновационной деятельности» дневной и заочной форм обучения экономического факультета / Сост. С. В. Сусликов, В. Г. Дюжев. – Х. : НТУ «ХПИ», 2015. – 16 с.

Составители: С.В. Сусликов
 В. Г. Дюжев

Рецензент проф. Н. М. Погорелов

Кафедра организации производства и управления персоналом

ВСТУПЛЕНИЕ

Развитие экономической системы Украины со времен ее независимости получил признаки, в определенной степени, соответствующие рыночному механизму хозяйствования. Одним из важных рычагов рыночного механизма хозяйствования является экономический потенциал, который присущий без исключения всем экономическим системам.

Опыт ведущих мировых экономических систем подчеркивает значительность исследования системообразующих принципов формирования и использование потенциала во всех его формах и проявлениях.

Современное экономическое развитие свидетельствует о необходимости использования новых теоретических подходов, прикладного инструментария, которые приумножают эффективное управление сложными социально-экономическими системами хозяйствования в условиях неопределенности динамической рыночной среды и позволяют своевременно адаптироваться к нему.

Для эффективного функционирования и обеспечения конкурентоспособности предприятий и других субъектов хозяйствования необходимо качественно развивать материально-технические, структурно-функциональные, социально-трудовые и другие элементы потенциала. Это приводит исключительное внимание руководителей предпринимательских структур к эффективному управлению технологическими и организационными изменениями, а особенно к алгоритмам определения и использования их потенциальных социально-экономических возможностей.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1.1. Цель работы

Курсовая работа является одним из видов самостоятельной работы студента. Целями выполнения курсовой работы являются:

- 1) закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе изучения дисциплины «Управление потенциалом предприятия» (теоретическая глава курсовой работы);
- 2) формирование практических навыков проведения комплексного экономического анализа потенциала предприятия (практическая глава курсовой работы);
- 3) обобщение полученных результатов анализа. Определение комплексного потенциала на основе применения графоаналитического метода «Квадрат потенциала» (заключение курсовой работы).

Студент должен уметь:

- 1) использовать предложенный информационный материал для проведения аналитических расчетов показателей, характеризующих хозяйственную деятельность организации, и идентификации факторов, влияющих на изменение данных показателей;
- 2) анализировать результаты, полученные в процессе выполнения курсовой работы;
- 3) обосновывать выводы и предложения.

1.2. Выбор объекта анализа для курсовой работы

В первой главе предлагается в соответствии с порядковым номером в журнале группы выбрать и раскрыть два теоретических вопроса основываясь на следующей матрице распределения, представленной в табл. 1.

Таблица 1 – Матрица распределения теоретических вопросов

Номер по списку	Номер вопроса	Номер по списку	Номер вопроса
1	1, 10	11	20, 11
2	2, 11	12	21, 12
3	3, 12	13	22, 13
4	4, 13	14	23, 14
5	5, 14	15	24, 15
6	6, 15	16	25, 16
7	7, 16	17	1, 17
8	8, 17	18	2, 18
9	9, 18	19	3, 19
10	10, 19	20	4, 20

Теоретические вопросы

1. Комплексный экономический анализ как инструмент повышения эффективности деятельности организации.
2. Комплексный анализ и оценка эффективности деятельности организации малого бизнеса.
3. Комплексный анализ и оценка эффективности инвестиционной деятельности организации.
4. Комплексный анализ и оценка эффективности финансовой деятельности организации.
5. Комплексный анализ и оценка финансового положения организации.
6. Комплексный анализ ресурсного потенциала организации.
7. Комплексный анализ наличия, движения, состояния и использования основных средств.
8. Комплексный анализ наличия, движения, состояния и использования материальных ресурсов.
9. Комплексный анализ наличия, обеспеченности и использования трудовых ресурсов.
10. Комплексный анализ наличия, движения, состояния и использования активов, оценка имущественного положения организации.
11. Комплексный анализ доходов, расходов и их влияние на финансовые результаты деятельности организации.

12. Комплексный анализ производства продукции и ее продажа: ретроспективный, оперативный, прогнозный.

13. Комплексный экономический анализ в обосновании и разработке управленческих решений организации.

14. Комплексный экономический анализ в разработке стратегии развития субъекта хозяйствования.

15. Комплексный анализ структуры капитала и оценки его эффективности использования в организации.

16. Комплексный анализ и оценка использования производственно-экономического потенциала организации.

17. Комплексный анализ и оценка экономического потенциала организации.

18. Комплексный анализ динамичности и оценка устойчивости развития бизнеса.

19. Факторный анализ и комплексная оценка эффективности деятельности компании.

20. Комплексный анализ рентабельности капитала: влияние эффекта финансового и операционного рычага.

21. Использование функционально–стоимостного анализа для поиска экономии затрат.

22. Комплексный анализ и оценка рыночного потенциала организации.

23. Комплексный анализ и оценка конкурентоспособности продукции и бизнеса.

24. Комплексный анализ и оценка интенсификации хозяйствования организации.

25. Комплексный анализ системы показателей эффективности и интенсивности оценки бизнеса.

В процессе выполнения 2-й главы курсовой работы студенту предлагается произвести комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия, основанной на втором разделе его бакалаврской работы.

Если студент заинтересован в выполнении курсовой работы на материалах организации, где он работает, или другой базы, при условии обеспечения выполнения всех условий курсовой работы, то данный вариант следует согласовать с преподавателем.

1.3 Основные требования, предъявляемые к содержанию и оформлению курсовой работы

Выполнение курсовой работы можно разделить на следующие этапы:

1-й этап: Формирование теоретической главы 1

Раскрыть теоретические вопросы, в соответствии с матрицей распределения, представленной в табл. 1.

Теоретическая глава, должна включать: описание понятийного аппарата; результат рассмотрения методик анализа разных авторов; формальное раскрытие методик расчета влияния факторов на исследуемые в работе показатели.

В обязательном порядке в тексте курсовой работы делаются ссылки на используемую литературу, список которой помещается после заключения, но перед приложением, например, [3, с. 203].

2-й этап: Формирование практической главы 2

1. Провести анализ основных хозяйственно-экономических сфер предприятия: производственного потенциала и сбыта продукции, потенциала организационной структуры и менеджмента, маркетингового потенциала, финансового потенциала.

2. На основании исходных данных рассчитать качественные показатели деятельности организации (материалоемкость продукции, фондоотдача активной части основных производственных средств, затраты на 1 грн. проданной продукции, рентабельность, оборачиваемость, доходность, ликвидность и т. д.);

3. Провести анализ конкурентной среды, при этом сопоставить основные показатели производственно-хозяйственной деятельности основного конкурента (конкурентов) с данными исследуемого предприятия.

4. Проверить правильность произведенных расчетов.

5. Применить графоаналитический метод «Квадрат потенциала».

6. Выделить влияние экстенсивных и интенсивных факторов на деятельность предприятия, обосновать причины воздействия отдельных факторов.

7. Выявить резервы и разработать рекомендации по их мобилизации в деятельности предприятия, а также относительно основного конкурента (конкурентов, предприятия-эталона).

8. Провести сравнительный анализ альтернатив и построить профили эффективности предложенных усовершенствований.

9. По результатам произведенных расчетов составить заключение, которое представляет собой раздел, включающий:

1) оценку хозяйственной деятельности организации с систематизацией позитивных и негативных факторов, повлиявших на изменение показателей за анализируемый период;

2) мероприятия по мобилизации выявленных в ходе анализа резервов улучшения деятельности организации;

3) расчет ожидаемого эффекта от реализации предложенных мероприятий.

Курсовая работа значительно выиграет, если будет иллюстрирована графиками, схемами, диаграммами, которые, как и таблицы, необходимо располагать в тексте по мере изложения соответствующего материала.

Кроме аналитических таблиц, текст Главы 2 должен содержать: расчеты аналитических показателей, и доказательства экономической обоснованности состава влияющих на них факторов, а также аргументированные выводы и предложения по мобилизации выявленных резервов.

Курсовая работа должна быть выполнена как единое целое (Введение, Глава 1, Глава 2, Заключение, Список литературы, Приложение).

Курсовая работа должна быть сначала направлена в электронном виде на почтовый адрес руководителя (ssv.0974938461@gmail.com) для ее первичной проверки и проверки на антиплагиат (принимается, если более 51% оригинального текста) в срок до 01.09.15. После допуска ее к защите (сообщается руководителем в недельный срок) работа оформляется в машинописной форме на бумаге форматом А4, и должна отвечать стандартным требованиям оформления:

1) основной текст: размер шрифта – 14, гарнитура шрифта – Times New Roman, интервал – полуторный, размеры полей: верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3, правое – 1;

2) таблицы: размер шрифта – 12, гарнитура шрифта – Times New Roman, интервал – одинарный;

3) объем работы не ограничен, но он не должен превышать 60 страниц, и не должен быть менее 30 страниц.

2 ЗАДАНИЕ ПО КОМПЛЕКСНОМУ ЭКОНОМИЧЕСКОМУ АНАЛИЗУ ФИНАНСОВО–ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1 Анализ производственного потенциала и сбыта продукции

Производственный потенциал – это совокупность ресурсов промышленного предприятия и их способность в ходе производственного процесса трансформироваться в определенные результаты, направленные на достижение поставленных экономических целей.

Среди основных критериев оценки, использования производственного потенциала можно выделить следующие:

- 1) уровень использования производственной мощности;
- 2) объем реализуемой продукции за определенный период, темпов производства, состояния продаж;
- 3) удельный вес в производственной программе продукции высшей категории качества;
- 4) наличие достаточно полного сформированного портфеля заказов (за-явок на поставку продукции):
- 5) уровень обеспеченности оборотным капиталом;
- 6) рыночная стоимость предприятия (капитализация);
- 7) производительность труда (выработка), материалоемкость и др.
- 8) местонахождение производства и наличие инфраструктуры. Экологию производства и т.д.

2.2 Анализ потенциала организационной структуры и менеджмента

Оценка потенциала организационной структуры и менеджмента представляет собой изучение совокупности показателей, отражающих аспекты хозяйственных процессов, содержащая обобщающие выводы о результатах деятельности объекта. Данная оценка выступает одним из основных условий повышения эффективности деятельности предприятия.

Важность анализа потенциала организационной структуры и менеджмента обуславливается, прежде всего, тем, что организационная структура – составная часть экономического потенциала предприятия, она не существует сама

по себе, и в составе экономического потенциала обеспечивает эффективное использование всех имеющихся у предприятия ресурсов.

При решении задач такого рода необходимо исследовать:

1) особенности, условия, ограничения, характеризующие корпоративное управление;

2) выделить и оценить ряд факторов эффективности и влияющих на нее параметров: количественный и качественный состав работников, уровень менеджмента, фирменная культура и т.д.;

3) дать оценку согласованности механизма корпоративного управления и эффективности взаимодействия между участниками корпоративной системы.

2.3 Анализ маркетингового потенциала предприятия

Маркетинговый потенциал предприятия – это неотъемлемая часть его общего потенциала; он определяется как «совокупная способность маркетинговой системы (предприятия) обеспечивать постоянную конкурентоспособность предприятия, экономическую и социальную конъюнктуру его товара или услуги на рынке, благодаря планированию и проведению эффективных маркетинговых мероприятий в области исследования спроса, товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политики, а также организации стратегического планирования и контроля за поведением товара, конкурентов и потребителей на рынке».

Оценка маркетингового потенциала позволяет понять, насколько полно используются на нем возможности маркетингового подразделения, каковы слабые места, не позволяющие в достаточной степени реализовать принимаемые стратегические и тактические решения в сфере маркетинга. Актуальность вопросов оценки и развития маркетингового потенциала обусловлена также и тем, что для многих отечественных предприятий характерна парадоксальная ситуация: обладая значительным производственным, технологическим, трудовым потенциалом, они не могут адаптировать свои внутрипроизводственные возможности к меняющимся рыночными требованиям и в итоге проигрывают в конкурентной борьбе. Поэтому формирование и развитие маркетингового по-

тенциала предприятий – это один из путей стабилизации производства и последующего сбыта произведенной продукции.

Исследование маркетингового потенциала подразумевает исследование:

- 1) расходы на рекламу и стимулирование сбыта, продвижение товаров (бесплатное предоставление образцов, участие в выставках и др.);
- 2) численность сформированной постоянной клиентской базы;
- 3) потенциальный объем товарооборота (на основе данных о спросе);
- 4) уровень конкуренции на целевом рынке;
- 5) развитость системы коммуникации;
- 6) доля завоеванного рынка;
- 7) расходы на поддержание имиджа предприятия;
- 8) затраты (бюджет) денежных средств, расходуемых на рекламу;
- 9) темпы роста бюджета, выделяемого на проведение рекламных кампаний;
- 10) эффективность проведения рекламных кампаний;
- 11) расходы на маркетинговые исследования рынка;
- 12) коэффициент эффективности затрат, расходуемых на маркетинг;

Числовая интегрированная оценка эффективности использования маркетингового потенциала может быть определена по формуле:

$$П_m = \sum_{i=1}^n \beta_i П_i, \quad (1)$$

где $П_m$ – интегрированная оценка, характеризующая эффективность использования маркетингового потенциала коммерческого предприятия; $П_i$ – фактическая величина i -го показателя, полученная в результате реализации маркетингового потенциала ($i = 1, \dots, n$); β_i – весовой коэффициент i -го показателя оценки маркетингового потенциала (определяется обычно экспертным путем).

2.4 Анализ финансового потенциала предприятия

Финансовый потенциал предприятия представляет собой оценку посредством анализа следующих критериев:

- 1) объем получаемой чистой прибыли;
- 2) коэффициент абсолютной ликвидности (нормативное значение 0.2);

- 3) коэффициент текущей ликвидности (норм. значение менее 2.0);
- 4) коэффициент обеспеченности собственными средствами (нормативное значение не менее 0,1);
- 5) коэффициент финансовой независимости;
- 6) коэффициент финансового левериджа и т.д.

Коэффициент финансового левериджа (плечо финансового рычага) определяется как отношение заемного капитала к собственному капиталу. Он прямо пропорционален финансовому риску предприятия, отражает надежность, рейтинг и доверие к нему.

Для получения достоверной оценки коэффициента финансового левериджа его следует рассчитывать не поданным бухгалтерской отчетности, а по рыночной оценке стоимости активов. По успешно функционирующим на рынке предприятиям достаточно часто их рыночная стоимость превышает балансовую стоимость, следствием чего являются получение меньшего значения коэффициента финансового левериджа и снижение уровня финансового риска.

Эффект финансового рычага (ЭФР) показывает, на сколько процентов увеличивается рентабельность собственного капитала за счет привлечения заемных средств. Эффект возникает за счет разницы между рентабельностью использования активов предприятия (собственных средств) и стоимостью заемных средств. Положительная разница может иметь место только в том случае, если экономическая рентабельность активов фирмы больше ставки процента по кредиту. Рекомендуемое значение ЭФР – 0,33–0,5. Эффект финансового рычага рассчитывается по формуле:

$$\text{ЭФР} = (1 - K_n) \times (P_c - C_{з.к}) \times \frac{З.К}{С.К}, \quad (2)$$

где K_n – коэффициент налогообложения, в виде десятичной дроби; P_c – рентабельность совокупного капитала до уплаты налогов, %; $C_{з.к}$ – средневзвешенная цена заемного капитала, %; $З.К$ – среднегодовая сумма заемного капитала; $С.К$ – среднегодовая сумма собственного капитала.

2.5 Анализ конкурентной среды

Деятельность конкурентов имеет важное значение для развития бизнеса. Каждая мера, предпринятая фирмой, влечет за собой ответную реакцию других компаний, занимающихся производством и распространением подобных товаров и услуг. Исследование конкурентов является необходимым шагом для получения полной информации о рыночной среде, в которой функционирует предприятие.

3 УНИВЕРСАЛЬНАЯ ГРАФОАНАЛИТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «КВАДРАТ ПОТЕНЦИАЛА»

В качестве инструмента для комплексной оценки эффективности состояния экономико–хозяйственной деятельности предприятия показана возможность использования графоаналитического метода «Квадрат потенциала».

Этот метод базируется на использовании комплексной рейтинговой оценки предпринимательского потенциала предприятия в целом.

Как справедливо утверждает автор этого метода Репина И.Н., графоаналитический подход дает возможность системно устанавливать количественные и качественные связи между отдельными элементами потенциала, уровень его реализации и конкурентоспособности и на основе этого разрабатывать и реализовывать управленческие решения, направленные на повышение эффективности функционирования предприятия.

Проведение комплексной рейтинговой оценки предполагает, что анализ потенциала предприятия осуществляется с помощью системы показателей (критериев) по четырем разделам (производство и сбыт продукции, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы).

В основе расчета конечной рейтинговой оценки лежит сравнение показателей предприятий по каждому критерию приведенных разделов с условным эталонным предприятием или с предприятием или предприятием–конкурентом, которое показывает лучший результат. Таким образом, базой для получения рейтинговой оценки состояния и уровня использования пред-

принимательского потенциала предприятия является не субъективное представление экспертов, а самые высокие результаты, которые были достигнуты в реальной рыночной конкуренции всей совокупности сравниваемых объектов.

Этот подход отвечает практике рыночной конкуренции, где каждый самостоятельный товаропроизводитель ориентирован на то, чтобы по всем показателям деятельности превзойти своего конкурента.

Алгоритм графоаналитического метода оценки потенциала предприятия «Квадрат потенциала»:

1. Исходные данные представляются в виде матрицы (a_{ij}) , то есть таблицы, где по строкам записаны номера показателей $(i = 1, 2, 3, \dots, n)$, а по столбцам – название предприятий, рассматриваются $(j = 1, 2, 3, \dots, m)$.

2. По каждому показателю находится наилучшее значение и проводится ранжирование предприятий, с определением занятого места. Итоговые таблицы по разделам анализа имеют следующий вид (см. табл. 2):

Таблица 2 – Итоговая таблица по разделу производство и сбыт продукции

№	Показатель	Ед. измерения	Исследуемое предприятие	Предприятие конкурент
1	Затраты на 1 грн. товарной продукции	–	0,8	0,75
2	Прибыль	тыс. грн.	17500	2540
...
n

3. Для каждого предприятия находим сумму мест (P_j) , полученных в ходе ранжирования по формуле:

$$P_j = \sum_{i=1}^n a_{ij}, \quad (3)$$

4. Трансформируем полученную в ходе ранжирования сумму мест (P_j) в длину вектора, создает квадрат потенциала предприятия (рис. 1). Квадрат потенциала предприятия имеет четыре зоны в соответствии разделам (k) , которые

применены в рассматриваемой системе показателей и четыре вектора (В), которые создают его.

Итак, длину вектора, создает квадрат потенциала предприятия (B_k , где $k = 1, 2, 3, 4$), находим с помощью формулы:

$$B_k = 100 - (P_j - n) \frac{100}{n(m-1)}, \quad (4)$$

где B_k — величина вектора, характеризующего k -раздел; P_j — сумма мест j -предприятия по k -разделу, полученная в ходе ранжирования; n — число показателей ранжирования в k -разделе; m — число анализируемых предприятий.

5. После определения длины всех векторов строится квадрат потенциала предприятия (см. Рис. 1), формулируются соответствующие выводы.

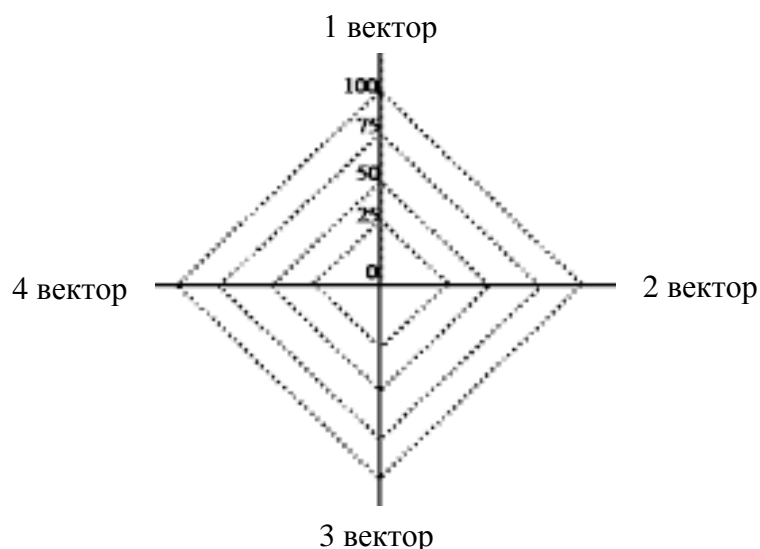


Рис. 1 – Профиль потенциала предприятия

Графоаналитический метод анализа, названный нами – «Квадрат потенциала» позволяет системно установить количественные и качественные связи между отдельными элементами потенциала, уровень его развития и конкурентоспособности и на основе этого своевременно обосновать и реализовать управленческие решения по повышению эффективности функционирования предприятия. Он имеет несколько особых теоретических аспектов, которые необходимо учитывать при обосновании управленческих решений.

1. Вид квадрату потенциала может быть двух типов. Первый тип имеет правильную форму квадрата (т.е. векторы, создают его, должны быть равными или приблизиться к этому) и если в результате анализа мы будем иметь фигуру визуально близкую к квадрату, то рассматриваемое предприятие имеет сбалансированный потенциал, который является основой успеха его деятельности. Второй тип имеет искаженную форму квадрата, причина этого может быть двоякая: один вектор развит больше второго (болезненный вектор) или все векторы развиты по-разному (дисгармония векторов). Если предприятие имеет второй тип формы квадрату то его предпринимательский потенциал требует немедленных преобразований что приведет к улучшению сбалансированности элементов потенциала.

2. Потенциалы предприятий могут быть проклассифицированы по размеру как крупные, средние и малые. Большой потенциал имеют предприятия когда длина векторов, создают квадрат потенциала предприятия находится в пределах 70–100 условных единиц; средний – в пределах 30–70 у.е.; малый – до 30 у.е.

3. Внешний контур квадрата определяет возможности предприятия для развития потенциала при оптимальных параметрах.

4. Второй и третий векторы квадрату потенциала («Организационная структура и менеджмент» и «Маркетинг») выступают предпосылкой дальнейшего развития потенциала предприятия, а вектор «Финансы» является результативным, характеризующий успешность функционирования предприятия.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия – М. : «Экономика», 2002 г. – 560 с.
2. Денисов А.Ю., Жданов С.А. Экономическое управление предприятием и корпорацией – М.» Дело и сервис», 2002 г.– 416с.
3. Ефремов А.В. Оптимальное планирование и прогнозирование производства – Симферополь, «Таврида», 2001 г. – 260 с.
4. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалт. учет, анализ и аудит», «Мировая экономика» и «Налоги и налогообложение»/ О. И. Аверина [и др.]. – М.: КноРус, 2012. – 432 с. – 2 экз.
5. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие /под общ. ред. проф. В.И. Бариленко. – М.: ФОРУМ, 2012. – 464 с. – (Высшее образование). – 2 экз.
6. Лысенко Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. для вузов по специальности «Бухгалт. учет, анализ и аудит»/ Д. В. Лысенко. – М.: ИНФРА–М, 2009. – 320 с. – (Высшее образование). – 1 экз.
7. Толпегина О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. для бакалавров /О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. – М.: Юрайт, 2013. – 672 с. – (Бакалавр. Базовый курс). – 2 экз.
8. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексик О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. Посіб–ник. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.
9. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 400 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ	
1 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	2
1.1 Цель написания курсовой работы	2
1.2 Выбор объекта анализа для курсовой работы	2
1.3 Основные требования, предъявляемые к содержанию и оформлению курсовой работы	5
2 ЗАДАНИЕ ПО КОМПЛЕКСНОМУ ЭКОНОМИЧЕСКОМУ АНАЛИЗУ ФИНАНСОВО–ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	8
2.1 Анализ производственного потенциала и сбыта продукции	8
2.2 Анализ потенциала организационной структуры и менеджмента	8
2.3 Анализ маркетингового потенциала предприятия	9
2.4 Анализ финансового потенциала предприятия	11
2.5 Анализ конкурентной среды	12
3 УНИВЕРСАЛЬНАЯ ГРАФОАНАЛИТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «КВАДРАТ ПОТЕНЦИАЛА»	12
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	16

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ПО ВИКОНАННЮ КУРСОВОЇ РОБОТИ
З ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА»

для студентів спеціальностей
6.030601 «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»,
8.03060102 «Менеджмент інноваційної діяльності» денної та заочної форм
навчання економічного факультету

Укладачі: ДЮЖЕВ Віктор Геннадійович
СУСЛІКОВ Станіслав Вячеславович

російською мовою

Відповідальний за випуск доц. С. В. Сусліков
Рецензент проф. Н. М. Погорєлов

В авторській редакції

План 2015 р., № 232

Підписано до друку 01.09.2015 р. Формат 60х84/16

Папір офсетний. Riso-друк. Обсяг 0,8 ум.-друк. арк.

Наклад 50 прим. Зам. № 1189 Ціна договірна

Видавничий центр НТУ «ХПІ»
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК №3657 від 24.12.2009 р.
м. Харків, вул. Фрунзе, 21

Надруковано у копіювальному центрі «Моделіст»
м. Харків, вул. Червонопрапорна, 3